

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, dapat dijabarkan bahwa motif utama penggemar JKT48 melakukan pembelian kegiatan video call antara lain seperti kebutuhan didengarkan, kebutuhan diakui, kebutuhan menjadi komunitas, dan kebutuhan aman antar fans dan idola yang terkontrol. Motif awal pembelian VC ini juga berasal dari adanya rasa penasaran, melepaskan beban serta stress dalam kehidupan, dan juga *traffic* sosial media dari member JKT48 itu sendiri. Apabila penggemar merasa nyaman dan kebutuhan secara emosional dapat terpenuhi, kemungkinan untuk melakukan pembelian kembali pada produk ini sangat mungkin terjadi. Maka dari itu untuk mendapatkan pengalaman emosional yang maksimal, penggemar terkadang mempersiapkan strategi sebelum melakukan kegiatan video call ini, seperti menyiapkan topik, pembelian sesi yang lebih banyak, research tentang member, dan juga mempersiapkan perangkat keras yang mendukung seperti handphone ataupun sinyal yang digunakan. Nantinya penggemar juga akan meninjau bagaimana pengalaman mereka ketika setelah melakukan video call dengan member, entah itu menjadi positif yang akan memungkinkan untuk melakukan pembelian kembali atau justru menjadi negatif dan penggemar akan cenderung berhenti membeli produk video call dari member tersebut.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian, berikut adalah saran dari peneliti.

5.2.1 Saran Akademis

Peneliti mengharapkan untuk dapat bisa mengembangkan hasil tulisan melalui metode-metode yang lain seperti metode kuantitatif, hal tersebut dirasa peneliti bisa memberikan hasil dan gambaran yang lebih umum apabila melakukan penelitian terhadap penggemar JKT48.

Diharapkan juga penelitian ini bisa dijadikan acuan oleh para pengamat yang ingin melakukan penelitian dengan fenomena yang berkaitan.

5.2.2 Saran Praktis

Diharapkan penelitian yang dilakukan ini dapat memberikan *insight* yang baru bagi para pelaku bisnis yang berjalan di bidang *entertainment*. Dapat dilihat dari penelitian yang telah dilakukan, bahwa bentuk *entertainment business* yang dikembangkan JKT48 dengan adanya konsep *idol you can meet* merupakan hal yang menarik dan dapat dikembangkan lebih luas lagi untuk dapat membentuk pola-pola produk bisnis yang baru, hal tersebut juga dapat dilihat dari antusiasme para penggemar JKT48 dalam melakukan pembelian-pembelian produk yang dikeluarkan oleh JKT48.

